

Zeitschrift: Heimatschutz = Patrimoine

Herausgeber: Schweizer Heimatschutz

Band: 90 (1995)

Heft: 1

Artikel: Der dritte Weg heisst Kreativität : Landwirtschaft auf der Suche nach Zukunft

Autor: Badilatti, Marco

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-175674>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 01.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Landwirtschaft auf der Suche nach Zukunft

Der dritte Weg heisst Kreativität

Von Marco Badilatti, Publizist, Zumikon

Gibt es für unsere Landwirte wirklich keinen andern Weg aus ihren Problemen, als ihren Boden immer mehr nichtbäuerlichen Nutzungen zu erschliessen, wie das die Väter der RPG-Revision möchten? Keineswegs! Den kreativen unter ihnen stehen durchaus auch andere Möglichkeiten offen, um sich eine angemessene Existenzbasis zu schaffen oder zu erhalten. Dazu einige Beispiele.

Liest man sich durch die Argumente, die im Zusammenhang mit der geplanten Öffnung des Raumplanungsgesetzes für das Bauen ausserhalb der Bauzonen von den Befürwortern angeführt werden, kann man sich des Eindrucks nicht ganz erwehren, ausser der Umnutzung und dem Verkauf von Boden für nichtlandwirtschaftliche Zwecke gebe es eigentlich im härter werdenden Konkurrenzkampf keine andern Wege.

Dass dem nicht so ist, bezeugen alle jene Landwirte und bäuerlichen Körperschaften, die schon seit längerem Neues

erproben, erfolgreich Nischen pflegen, ohne deswegen ihre Verbundenheit mit dem Boden und einer bodenabhängigen Produktion aufzugeben. Die einen produzieren biologischen Bergkäse, andere führen nebenbei Beerenplantagen, noch andere bauen wieder alte Getreidesorten an, tun sich zusammen und organisieren Wochenmärkte oder widmen sich neben der Milchwirtschaft und dem Ackerbau vermehrt landschaftspflegerischen und naturschützerischen Aufgaben, seitdem dafür Direktzahlungen winken.

«Gran Alpin»

So hat schon vor über sieben Jahren eine kleine Gruppe von Bauern aus Mittelbünden die Genossenschaft «Gran Alpin» gegründet. Mit dieser Selbsthilfeorganisation wollten sie ihre einseitige Abhängigkeit von der Viehwirtschaft verringern, den ökologischen Landbau fördern und ihre Region mit einheimischem Getreide versorgen, so wie das in dieser klimatisch begünstigten Gegend schon früher der Fall war. Auf den neuen Getreidebau-Parzellen gelten strenge Richtlinien; ausser Mist dürfen keinerlei Handelsdünger oder chemische Pflanzenschutzmittel eingesetzt werden.

Seit einigen Jahren gedeiht nun auf den teilweise über 1400 Metern liegenden Äckern wieder Brotgetreide, und zwar bei respektablen Erträgen. Das Stroh verwerten die Bauern in der Tierhaltung und das Getreide verkaufen sie ihrer Genossenschaft, welche ihnen dafür mehr als marktüblich bezahlt und die Lagerung, Verarbeitung und

Vermarktung ihres Getreides besorgt.

Heute zählt «Gran Alpin» über 30 Getreideproduzenten im Albulatal, Oberhalbstein und auf der Lenzerheide. Insgesamt erzeugen sie auf 5 Hektaren jährlich rund 25 Tonnen Brotgetreide – Weizen, Triticale, Dinkel, Roggen und Gerste. Dieses wird in Tiefencastel gelagert und von «Gran-Alpin»-Geschäftsführer Peer Schilperoord in der alten Mühle von Salouf nach Bedarf vermahlen, die Gerste aber in Alvaneu-Dorf zu Rollgerste verarbeitet. Abnehmer des Mehles sind Bäcker der näheren und weiteren Region, welche daraus ein spezielles «Gran-Alpin-Brot» backen, aber auch Gastronomen, die es für ihre Gäste zu einheimischen Teiggerichten aus Grossmutter's Kochbuch verwerten. Aus jährlich etwa vier Tonnen Getreide werden sodann in Thusis Teigwaren hergestellt, die an Reformläden und an Märkten verkauft werden, und eine Fabrik in Alvaneu-Dorf produziert aus dem einheimischen

Alpin-Mehl Zwieback. Der Plan, einen Teil der Ernte in Form von Getreideflocken zu vermarkten, musste hingegen mangels Verarbeitungsmöglichkeiten in der Region noch aufgeschoben werden. Dafür wächst der private Kundenkreis der Genossenschaft ständig, beispielsweise am Churer Wochenmarkt, wo «Gran Alpin» regelmässig auftritt und sich um Konsumentennähe bemüht. Auch eine wachsende Zahl von Bäckern, Hoteliers und Händler zeigen sich für ihre kulinarischen Spezialitäten interessiert am einheimischen Getreide.

Gesundheits-Kräuter

Ein anderes Beispiel alternativer Landwirtschaft im Berggebiet stellt der Kräuteraanbau dar, der sich seit einigen Jahren wachsender Beliebtheit erfreut. Zusammengeschlossen in der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft zur Förderung des Kräuteraanbaues im Berggebiet, lieferten die hier erfassten Kräuterpflanzer 1988 eine Produktion von 20 Tonnen Trockengewicht, im Jahre 1994 aber bereits 112 Tonnen. Die wichtigen Abnehmer sind Hersteller von Kräuterbombons und Naturheilmitteln. Die Schweizer Kräuterbauer verzichten vollständig auf Kunstdünger und Pflanzenschutzmittel und rechtfertigen durch diesen Qualitätsausweis ihre gegenüber der ausländischen Konkurrenz höheren Preise.

Wo werden heute in der Schweiz Kräuter angepflanzt? Zuoberst auf der Liste steht die Walliser Gruppe Valplantes, welche 1994 53 Prozent der Gesamtproduktion beisteuerte. An zweiter Stelle folgt die Berner Gruppe Waldhof der Region Oberaargau/Solothurn mit 19 Prozent und schliesslich das Puschlav, wo man sich bereits anfangs der achtziger Jahren dem Kräuteraanbau zu widmen begann, mit 10 Prozent. Weitere Produktionsgebiete finden sich im Emmental, Entlebuch, in der Innerschweiz und im Jura.

Seit 1988 widmet man sich übrigens im «Centre d'arboriculture et d'horticulture des Fougères» in Conthey VS unter dem Projektnamen «Médiplant» auch der Forschung von Arzneipflanzen und aromatischen Kräutern. Die von einem italienischen Industriellen gesponserte und vom Kanton Wallis und der Eidgenössischen Forschungsanstalt Changins getragene Stiftung erforscht und züchtet medizinisch und kommerziell besonders vielversprechende Heilpflanzen, führt aber auch besondere Aufträge für Kosmetik- und Arzneimittelfirmen durch und widmet sich der Förderung des Grundlagenwissens mittels Kolloquien. Im Vordergrund des Interesses der Forschungsarbeit stehen die Arnika (*Arnica montana*), der Einjährige Beifuss (*Artemisia annua*) und das Kleinblütige Wiedenröschen (*Epilobium parviflorum*), aber auch andere Pflanzen.

Wie wär's mit Spargeln oder Feta?

Keineswegs nur in Grau- und Schwarztönen sehen auch Experten der landwirtschaftlichen Ausbildung die Zukunft der Landwirtschaft. Sie machen gerade für die Bergbauern in Tourismusgebieten noch zahlreiche Alternativen aus. Vorbedingung dazu sei jedoch, dass sich die bäuerlichen Produzenten vermehrt um Konsumentennähe bemühen, sich an neue und originelle Aufgaben wagten und konsequent einen Kurs des hohen Qualitätsstandard steuerten. Je besser, naturnaher und marktgerechter das Produkt, desto höher lägen die Chancen, dass daraus ein Renner mit vielfältigen Absatzmöglichkeiten wird. Dass dem wirklich so ist, lässt sich immer wieder an lokalen und regionalen Märkten erleben.

Als konkrete alternative Tätigkeitsgebiete angeführt werden können die Veredelung des einheimischen Getreides in Form von hochwert-

gen Spezialbrotten, Gebäcken, Teigwaren, Suppenmischungen usw. Und warum es nicht einmal mit eigenen Erdbeeren, Heidelbeeren und in Verbindung mit Wildgerichten mit Preiselbeer-Kulturen versuchen? Junge und aufgeschlossene Landwirte haben schon längst entdeckt, dass da durchaus ein Markt vorhanden ist und der Konsument sogar bereit ist, für besondere Leistungen etwas tiefer in die Tasche zu greifen. Selbst Spargeln könnten noch in verschiedenen Gebieten gedeihen, die Fischzucht gefördert, besondere Milchprodukte (Käsespezialitäten, so etwa Schafskäse) und der Anbau von Blumen zum Selberpflücken vermehrt gepflegt werden. Und das alles keineswegs nur für die Einheimischen und Feriengäste! Auch für den Export in die EG-Länder bestünde für alpine Spezialitäten ein attraktiver Markt, wie ein deutscher Wissenschaftler orakelte.

Chance «Direktverkauf»

Mit der Produktion alternativer Landwirtschaftsprodukte allein ist es freilich nicht getan. Diese wollen auch abgesetzt werden. Und hier bieten sich – besonders für Bauern im Mittelland und solche in städtischen Ballungszentren – Möglichkeiten, die noch keineswegs ausgeschöpft sind. Dazu gehört namentlich der Direktverkauf, der nicht nur den Anbau und den Konsum von saisongerechten Produkten aus dem unmittelbaren Lebensumfeld fördert, sondern auch Bauern und Konsumenten zusammenführt, gegenseitig neue Einblicke und Erfahrungen ermöglicht und es dadurch erleichtert, einander besser zu verstehen. In der kürzlich erschienenen Studie «Stadtnahe Landwirtschaft» von Hans Bieri (siehe «Heimatschutz» 4/94) werden diesbezüglich konkrete Möglichkeiten aufgezeigt:

- Direkteinkauf ab Hof aus Betrieben in Fussgängerdistanz zu den peripheren Wohngebieten oder aus sol-

chen an den Agglomerationspendlerwegen;

- Ausdehnung des Direktverkaufs durch Ausbau der Lagerungsmöglichkeiten für direkteinkaufende Konsumenten auf dem Hof oder durch Erweiterung des Angebotes mittels Zusammenarbeit zwischen Landwirtschafts- und andern Betrieben;
- Reaktivierung örtlicher bäuerlicher Absatzgenossenschaften und Schaffung von günstig gelegenen Verkaufsstandorten durch die Quartiere und Gemeinden;
- Schaffung neuer bäuerlicher Verkaufsstandorte oder Lageräume durch Wohnbaugenossenschaften, Quartiervereine und Gemeinden mittels vorhandener Strukturen (Frauenvereine, Müttervereine, Familienclubs usw.);
- Erneuerung und Vertiefung der Zusammenarbeit zwischen Bauern und örtlichen Detaillisten;
- Einrichtung bäuerlicher Verkaufsstände vor der Tür der Grossverteiler, in grösseren Detailhandelsläden oder in Einkaufszentren;
- Durchführung von Wochenmärkten im Dorf oder Quartier;
- Aufklärung der Konsumenten über Ernährung, Landwirtschaft und Umwelt durch Konsumentenorganisationen, Grossverteiler,

Schon seit anfangs der achtziger Jahren widmet man sich etwa im Puschlav dem Kräuteraanbau. (Bild Badilatti)



Schulen und besondere Aktionen der einheimischen Landwirtschaft.

Mut zu Neuem haben

Mit diesen Beispielen, denen zahlreiche weitere beigefügt werden könnten, soll nicht behauptet werden, sie stellten gleichsam das Ei des Kolumbus für unsere Agrarprobleme dar. Sie wollen lediglich zeigen, dass auch in schwierigeren Zeiten Alternativen vorhanden sind. Bei der Suche nach neuen Wegen darf aber nicht ausschlaggebend sein, was dem einzelnen Bauern am meisten Geld einbringt, sondern was den natürlichen Anbaubedingungen am besten entspricht und dem Produzenten die grösste persönliche Befriedigung bei der Arbeit verschafft. Die Frage ist nur, ob auch die Bauern selbst an solche Möglichkeiten glauben. Bei den jüngeren breitet sich da vermehrt Offenheit aus, aber nicht selten scheitern ihre Ideen am Widerstand der Väter, an mangelhaften Vorbereitungen oder werden pseudoalternative Wege eingeschlagen. Doch das muss nicht sein. Zahllose Landwirte landauf-landab – im Berggebiet wie im Mittelland und am Rande unserer Städte – haben längst erkannt, dass auch heutzutage mit Einfallsreichtum noch einiges zu gewinnen ist.

Depuis le début des années quatre-vingt déjà, on se consacre dans la vallée de Poschiavo à la culture des herbes aromatiques et médicinales.



L'agriculture à la recherche de pistes pour l'avenir

La troisième voie passe par la créativité

Par Marco Badilatti, journaliste, Zumikon (résumé)

Nos agriculteurs n'ont-ils réellement d'autre choix, pour se sortir de leurs problèmes, que d'abandonner de plus en plus l'exploitation agricole de leurs terres, comme le souhaitent les auteurs du projet de révision de la LAT? Mais pas du tout! Les plus créatifs ont trouvé d'autres moyens de s'assurer une existence digne. Voici quelques exemples.

Les partisans d'un assouplissement de la réglementation de la LAT sur les constructions hors zone à bâtir ne semblent envisager d'autre possibilité que de changer l'affectation des bâtiments agricoles et vendre des terres à des fins non agricoles. Pourtant, des agriculteurs et des groupements de producteurs ont expérimenté d'autres solutions qui leur ont permis de conserver un mode de production tributaire du sol.

«Gran Alpin» est le nom d'une petite coopérative paysanne des Grisons qui, depuis plus de sept ans, favorise la culture biologique de céréales indigènes (blé, triticale, épeautre, seigle, orge). Les cultivateurs exploitant leurs terres, à plus de 1400 m d'altitude, dans les vallées de l'Albula, Oberhalbstein et Lenzerheide, ont adopté des règles de production biologique rigoureuses. Ils utilisent la paille pour le bétail et vendent leurs céréales à la coopérative pour un prix légèrement supérieur au prix courant.

Les débouchés sont variés: cette production est très appréciée des boulangeries locales et régionales qui confectionnent un pain spécial «Gran Alpin». Les restaurateurs préparent des spécialités culinaires à la mode de grand-mère. A Thusis, une fabrique

de pâtes alimentaires fournit les magasins diététiques et les marchés et à Alvaneu, la fabrique de biscottes utilise la farine «Alpin». La coopérative nourrit d'autres projets, notamment la commercialisation de flocons de céréales.

Autre exemple réussi de mise en valeur agricole: la culture biologique de plantes médicinales et aromatiques en montagne. Les fabricants de remèdes naturels et de bonbons aux herbes apprécient la qualité biologique de cette production (menthe, mélisse, achillée, alchémille notamment) provenant essentiellement du Valais, d'Argovie et de la région de Soleure, mais également du Puschlav, de l'Emmental, de l'Entlebuch, de Suisse centrale et du Jura. Depuis 1988, une Fondation parrainée par un industriel italien expérimente, sous la houlette du canton du Valais et de la Station fédérale de recherches de Changins, dans le cadre du projet de recherche «Mediplant», la culture de plantes médicinales, très prometteuse commercialement (industrie cosmétique et pharmaceutique).

Les experts de la vulgarisation agricole ne voient pas l'avenir si sombre, surtout dans les régions touristiques de montagne. Il leur semble toutefois primordial que les paysans

producteurs se rapprochent davantage des consommateurs, tentent des innovations originales et s'attachent à ne fournir que des produits naturels de haute valeur biologique. Il existe toujours des débouchés sur les marchés locaux et régionaux pour ce type de produits. En effet, le consommateur veut bien déboursier un peu plus pour une spécialité ou un produit authentique du terroir.

Mise en valeur des céréales indigènes, production de fruits rouges, asperges, pisciculture, fromages, fleurs à couper soi-même sont autant de possibilités à exploiter dans les régions de montagne pour la clientèle locale, les touristes et même l'exportation.

La vente directe, notamment pour les agriculteurs du Plateau et des grandes agglomérations urbaines, est un créneau commercial qui a été jusqu'à présent très peu exploité. Dans une étude récente sur l'agriculture de proximité (cf. Sauvegarde 4/94), Hans Bieri propose plusieurs pistes: vente directe à la ferme près des lotissements résidentiels ou sur le trajet des pendulaires, extension de la vente directe grâce à l'aménagement de moyens d'entreposage, réactivation des coopératives locales de commercialisation, création de lieux de vente bien situés dans les quartiers et les communes, coopération avec les associations locales existantes, amélioration de la collaboration entre les paysans et les petits commerces, stands de vente des paysans devant les grands distributeurs et les grands centres commerciaux, marchés hebdomadaires, information des consommateurs sur l'alimentation, l'agriculture, l'environnement.